

 **ControMano**

È Abatantuono che fa bella Claudia Schiffer

di **Maurizio Donelli**

«È una tedesca», dice orgogliosa Claudia Schiffer fissando la telecamera. Nello spot è appena scesa dalla sua Opel attrezzata con una nuova diavoleria elettronica: il sistema che, in tutta sicurezza, regola automaticamente la velocità in discesa. Basta schiacciare un pulsante ed è fatta, non c'è mica bisogno del fighissimo garagista che, ammiccante, si offre di aiutarla. Restiamo in tema di spot. Nel suo ultimo spettacolo teatrale, Maurizio Crozza, mette comicamente a confronto il modo di pubblicizzare

un'auto tedesca rispetto a un'italiana. Ovviamente, da bravo comico, lo fa prendendo ad esempio i due estremi: la forza e la potenza tecnologica espressa attraverso immagini, tono di voce e musiche per promuovere l'ultima Audi o Bmw di turno e lo scanzonato casereccio Diego Abatantuono con il suo «So' Diego, ti spiego», tormentone scelto per il nuovo Doblò commerciale. Ma se i tedeschi, così come i giapponesi, gli inglesi e gli americani, possono farsi vanto della tecnologia sfoggiata sui loro modelli, è perché c'è una florida industria italiana di

componentistica che, questa tecnologia, la sviluppa e la fabbrica. Negli articoli qui a fianco sono riportati una serie di esempi clamorosi. Quello della componentistica è il settore (con circa 165 mila addetti) meno visibile nel mondo dell'automotive, ma forse il più importante. In particolare oggi, con un mercato in crisi che cerca di attirare clienti attraverso gadget elettronici di ogni genere. Il giro d'affari complessivo si è attestato l'anno scorso (stime Anfia) su 38,7 miliardi di euro (+2,2 per cento). I miliardi di fatturato relativi all'export sono 19,3: pari a un +5,7 per cento rispetto al

2012. Quindi se fino ad oggi in campo automobilistico era riconosciuto solo il genio dei nostri impareggiabili carrozzieri, oppure quello degli artigiani in grado di creare pezzi unici e su misura per qualsiasi esigenza, bisogna adesso rendere onore al costante, e ripetiamo sommerso, lavoro di ricerca nei laboratori delle 2.400 imprese nazionali che forniscono primi equipaggiamenti ai più grandi costruttori mondiali. I quali bene sanno sfruttare, attraverso il marketing, ciò che importano dal nostro Paese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Inchiesta I fari Magneti Marelli, le batterie Fiamm, i robot Comau, i freni Brembo...
L'importanza delle aziende nostrane di componentistica nel mercato globale dell'auto

La tecnologia parla italiano

Il mondo fuori da un'app. Oggi tutto ruota intorno alla rivoluzione digitale. Eppure l'industria tradizionale è viva e vegeta. E raccoglie profitti. È il caso delle 2.400 aziende italiane di componentistica per auto (stima Anfia), dove il nostro Paese, nonostante la cronica difficoltà a fare sistema, riesce ancora a dire la sua. Mercato globale compreso: sotto un'auto, tedesca, francese, inglese, americana o giapponese che sia, qualche «pezzo» prodotto in Italia c'è sempre.

Prendiamo Magneti Marelli, secondo produttore al mondo di sistemi d'illuminazione: la società è parte di FCA, Fiat-Chrysler, ma l'85% dei suoi fari è destinato a

vetture non del Gruppo. E il caso, ad esempio, delle luci a Led dell'Audi TT. Non solo: i sistemi multimediali sono adottati da Bmw e Mini e «le tecnologie sviluppate per connettere le auto, fra loro e con le infrastrutture, rappresentano già la base per la guida autonoma», anticipa Eugenio Razelli, ad Magneti Marelli. Auto che viaggiano da sole made in Italy.

La diffusione del sistema start&stop, che spegne il motore, lasciando in funzione gli impianti di bordo, ha rivoluzionato la semplice batteria. La Fiamm non si è fatta trovare impreparata e le sue batterie in grado di resistere alle maggiori sollecitazioni, sono apprezzate soprattutto all'estero: «Il 95% della produzione è destinata

a Case auto non italiane», spiega Stefano Dolcetta, ad Fiamm. Non è un caso che Nissan ha chiesto a Fiamm di aprire un impianto in Cina per soddisfare la richiesta di batterie per i modelli destinati all'Asia. C'è poi Pirelli: nel 2017 il mercato dei pneumatici varrà 496 milioni di pezzi, il 34% dei quali sarà un prodotto alto di gamma. Strategia dalle basi solide: già oggi Pirelli ha in mano il 19% della domanda di «gomme premium e il 50% delle superlusso. Aston Martin e Bentley per intenderci.

Nomi anche meno conosciuti: l'Industriale Sud produce i padiglioni del tetto delle Rolls Royce. Le maniglie della Jaguar F-Type sono della Sole, le ventole del sistema di raffreddamento di

Volkswagen XL1 della Spal, la centralina elettronica della trazione integrale di Mercedes GLA è della Oerlikon-Graziano e la danza dei robot Comau (gruppo FCA) produce la nuova Jaguar XE.

Per finire con il rosso delle pinze freni di Brembo che sta al mondo dell'auto di serie come il rosso Valentino alla moda. Impossibile farne a meno. Sportive e non. Ferrari e Maserati giocano in casa. Aggiungete i marchi più prestigiosi e la lista è completa. I risultati si vedono: nel primo semestre il fatturato è cresciuto del 18,2%, il margine operativo netto del 63,9% e l'utile del 48%. Esempi di un'Italia che c'è.

**Alessandro Marchetti
Tricamo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2.400

Le aziende italiane che producono componenti per l'auto

165

mila Gli addetti occupati nella filiera della componentistica in Italia

